

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Malang merupakan salah satu kota pendidikan di daerah Jawa Timur , dikarenakan banyaknya perguruan tinggi dan otomatis dampak dari banyaknya perguruan tinggi maka banyak juga mahasiswa yang merantau ke kota Malang dan tidak heran apabila setiap bisnis yang berjalan di kota Malang pasti akan berkembang dengan pesat. Malang sendiri banyak sekali pelaku bisnis dari bisnis yang dibutuhkan manusia untuk melengkapi kebutuhan utama seperti bisnis makanan, minuman dan sampai bisnis yang ditujukan untuk menunjang penampilan. Di Kota Malang sendiri dengan banyaknya bisnis yang ada, menggambarkan jikalau persaingan bisnis nantinya di Kota Malang akan timbul, dan tidak menuntut kemungkinan bahwa setiap pelaku bisnis harus selalu mempertahankan usahanya dengan dapat berkompetisi dengan kompetitor yang lain demi untuk menciptakan produk yang lebih unggul.

Hal ini tidak menuntut kemungkinan bahwa berbagai pelaku bisnis telah melakukan inovasi dan perbaikan sehingga mampu untuk menarik minat dari konsumen dan dapat bersaing. Banyaknya pelaku bisnis menimbulkan banyaknya merk serta ciri khas dari satu produk dengan produk lainnya. Dengan adanya persaingan antar satu pelaku bisnis dan lainnya maka pendekatan yang bisa dilakukan oleh pelaku bisnis agar dapat bertahan didalam kompetitor ini adalah dengan memaksimalkan strategi berbisnis, yaitu strategi operasi.

Definisi strategi menurut William J. Stevenson dan Sum Chee Chuong (2014) dapat diartikan suatu langkah awal atau perencanaan bagi masing-masing pelaku bisnis (perusahaan) untuk mencapai sasaran organisasi yang ditetapkan baik dalam jangka pendek, menengah atau bahkan jangka panjang dan agar lebih gampang maka strategi harus didesain untuk membantu misi organisasi dan sasaran organisasi.

Jay Heizer dan Barry Render (2012) menyebut strategi operasi adalah keunggulan kompetitif yang artinya apabila kompetitor mampu menyediakan produk dengan kuantitas yang tinggi maka kompetitor juga harus mampu menggunggulkan mutu yang tinggi sebagai patokan. Disisi lain proses menciptakan keunggulan kompetitif dibutuhkannya strategi operasi dan strategi operasi ini memiliki tujuan 4 diantaranya cost (biaya), quality (kualitas), delivery (keunggulan), dan flexibility (fleksibilitas).

Hasil dari penelitian terdahulu (Neva Devita, 2016) menunjukan bahwa strategi operasi memberikan dampak positif untuk masing-masing pelaku bisnis (perusahaan) agar dapat berkompetitif dengan kompetitor yang ada, dan dalam penerapan strategi operasi ini harus meliputi diantaranya cost (biaya), quality (kualitas), delivery (keunggulan), dan flexibility (fleksibilitas).

Industri di Indonesia pada tahun ini sudah berkembang sampai ke pelosok negeri, tidak terkecuali industri konveksi. Industri konveksi ini berkembang dari maraknya brand brand lokal yang sudah dapat bersaing dengan brand luar negeri. Menurut data KEMENPERIN mencatat bahwa industri pakaian jadi mengalami peningkatan produksi paling tinggi di sektor lain sepanjang kuartal I/2019, dan

berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada 3 bulan pertama tahun ini produksi industri pakaian jadi tumbuh sebesar 29,19% secara tahunan (<https://www.kemenperin.go.id/>). Di Kota Malang sendiri sudah banyak sekali konveksi yang telah menciptakan suatu produk dengan ciri khas dan merk yang digunakan untuk bersaing dengan kompetitor satu dan yang lainnya. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) kota malang dalam survei ekonomi 2016, tercatat total 40.690 pelaku ekonomi kreatif di Kota Malang, dan diantaranya subsektor fesyen yakni konveksi dengan 7.295 usaha kreatif (<https://www.malangtimes.com/>).

Kompetitor yang sudah banyak di bisnis ini (Konveksi) menyebabkan terjadinya persaingan harga. Harga akan bersaing apabila konveksi tersebut dapat memproduksi dengan menekan bahan baku yang ada dengan mencari produsen bahan baku yang tanpa melewati pemasok, sehingga a pada saat memesan dan melakukan pembayaran untuk bahan baku konveksi akan mendapatkan harga yang rendah, Fleksibilitas juga harus menjadi patokan karena harus sesuai dengan apapun yang terjadi di lapangan pada saat itu, walaupun ada kendala nantinya pada saat produksi maka karyawan dari industri tersebut harus dapat meminimalisir kemungkinan terburuk yang dapat mempengaruhi jalannya produksi, dan sehingga pada saat penyelesaian pesanan akan tepat waktu dan hal ini akan meningkatkan kinerja dari perusahaan tersebut. Para pelaku bisnis konveksi saling bersaing untuk menciptakan ciri khas masing-masing, outputnya nanti dari hoodie, baju sampai celana itu harus memiliki inovasi biar dapat

diterima konsumen dan ini sangatlah dituntut bagi para pelaku bisnis untuk selalu mengedepankan inovasi agar dapat bersaing dengan kompetitor yang ada.

Permasalahan yang ada pada bisnis konveksi ini adalah biaya bahan baku yang minim tetapi harus dapat menghasilkan output yang berkualitas dengan harga jual yang dapat bersaing. Selain itu juga sering terjadi keterlambatan pengiriman produk pada konsumen dikarenakan pesanan tidak sesuai waktu yang ditentukan oleh konsumen dan juga dikarenakan atas ketersediaan bahan baku, apabila bahan baku di konveksi tersebut kosong, maka konveksi tersebut akan menunggu bahan baku datang dan hal ini sangatlah mengulur waktu kurang lebih 5 hari sampai 7 hari pada hari kerja itu semua juga tergantung pada pengiriman. Dan ketentuan pemesanan minim H-7, tetapi pada realita banyak konsumen yang memesan kurang dari H-7. Terkadang apa yang tersedia di display tidak sesuai dengan keinginan konsumen sehingga harus menerapkan sistem made by order.

Adapun data biaya produksi keterlambatan konveksi dalam penyelesaian pesanan dan juga alasan kenapa bisa mengalami keterlambatan pada konveksi di Kota Malang disajikan pada tabel berikut :

Tabel 1.1

Data Biaya Produksi, Keterlambatan Produksi Kaos

Dan Alasan Mengalami Keterlambatan Pada Konveksi Di Kota Malang

Periode Januari – Desember Tahun 2019

No	Nama Konveksi	Biaya Produksi (KAOS)	Keterlambatan Produksi	Alasan Keterlambatan Produksi
1	Kumbolo Printing Studio	240.000.000	4 Kali	- Bahan Baku terlambat datang (Pengiriman Lambat) - Perubahan Desain
2	Kaos 3D Malang	120.000.000	6 kali	- Banyaknya jumlah pesanan sehingga tidak sesuai estimasi waktu yang ditentukan - Ketersediaan Bahan Baku
3	Konveksi Murah Malang	135.000.000	5 Kali	- Kurir yang tidak datang tepat waktu sehingga mengundur waktu pengiriman bahan baku.
4	Home Konveksi Malang	110.000.000	4 Kali	- Pada saat proses produksi terjadi masalah. - Ketersediaan Bahan Baku

5	Striven Konveksi	96.000.000	8 Kali	<ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan Bahan Baku yang Kosong. - Adanya penggantian ukuran dan desain dari konsumen
6	SAJ Sablon dan Konveksi	165.000.000	4 Kali	<ul style="list-style-type: none"> - Kurir yang tidak datang tepat waktu sehingga pengiriman menjadi telat. - Ketersediaan Bahan Baku
7	OYI Konveksi	120.000.000	5 Kali	<ul style="list-style-type: none"> - Banyaknya pesanan sehingga estimasi waktu yang telah ditentukan tidak sesuai. - Ketersediaan Bahan Baku
8	Konveksi Nava Clothing Malang	155.000.000	6 Kali	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya kendala pada saat proses produksi. - Ketersediaan Bahan Baku
9	Diandra clothing	135.000.000	5 Kali	<ul style="list-style-type: none"> - Terjadi kemacetan di jalan pada saat pengiriman. - Adanya kendala pada saat proses produksi.
10	Abysam Konveksi	100.000.000	4 Kali	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya kendala pada saat proses produksi. - Ketersediaan Bahan Baku

Sumber: Konveksi di Kota Malang

Dari tabel diatas terdapat 10 data Konveksi di Kota Malang yang sudah diwawancarai dan memberikan data yang terkait dengan biaya produksi, keterlambatan produksi kaos dan alasan mengalami keterlambatan pada konveksi di kota malang periode januari – desember tahun 2019. Biaya bahan baku tertinggi yaitu pada Kumbolo Printing Studio yang berjumlah 240.000.000 pada tahun 2019, itu membuktikan bahwa banyak sekali orderan yang masuk, tidak menuntut kemungkinan ada faktor lainnya dikarenakan konveksi ini sudah berdiri dari tahun 2014 dan pemesanan yang masuk perbulan untuk kaos saja minimal 400 pcs dan HPP 40.000 – 50.000 /pcs, sedangkan sebaliknya biaya bahan baku terendah yaitu pada Striven Konveksi yang berjumlah 96.000.000 pada tahun 2019. Jumlah biaya bahan baku pada Striven Konveksi terbilang rendah dibandingkan dengan konveksi yang lainnya, adapun sebab kenapa biaya bahan bakunya rendah dikarenakan orderan yang masuk tidak begitu banyak dan konveksi ini masih berjalan sekitar 2 tahun yakni dari tahun 2017 akhir dan juga pesanan yang masuk untuk kaos sendiri per bulan hanya 200 pcs yang dimana HPP nya 40.000 /pcs.

Keterlambatan produksi dari data tersebut dikarenakan oleh beberapa faktor, diantaranya (1) Bahan Baku terlambat datang (Pengiriman Lambat), (2) Perubahan Desain dan Ukuran, (3) Banyaknya jumlah pesanan sehingga tidak sesuai estimasi waktu yang ditentukan, (4) Ketersediaan Bahan Baku, (5) kurir yang tidak datang tepat waktu sehingga mengundur waktu pengiriman.

Berdasarkan latar belakang, maka penelitian ini tentang **“Analisis Faktor Strategi Operasi pada Usaha Konveksi Di Kota Malang”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang diambil sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi operasi yang digunakan pada usaha konveksi di Kota Malang?
2. Apakah faktor biaya, kualitas, pengiriman serta fleksibilitas dipertimbangkan pada strategi operasi usaha konveksi di Kota Malang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui strategi operasi yang digunakan pada usaha konveksi di Kota Malang.
2. Untuk menganalisis faktor biaya, kualitas, pengiriman, serta fleksibilitas strategi operasi dipertimbangkan oleh usaha konveksi di Kota Malang.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi perusahaan, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai saran dan masukan bagi pelaku usaha konveksi agar memperbaiki supaya perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif, mampu bersaing, bertahan dan berkembang.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini bisa dijadikan acuan membuat penelitian terkait strategi operasi yang digunakan.